Помощь / Рекламодателям / Правила модерации и показа

# Правила модерации и показа



Все рекламные материалы, размещаемые в myTarget, должны соответствовать Законодательству РФ и рекламной политике компании VK. Ниже вы можете ознакомиться с основными условиями размещения.

Администрация сервиса оставляет за собой право отклонить любое объявление либо предложить внести изменения.

## Запрещенные категории

Запрещена реклама товаров и (или) услуг, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации, или противоречит внутренней рекламной политике VK, в том числе:

1. Взрывчатые вещества и материалы, за исключением пиротехнических изделий.
2. Заработок в Сети.
3. Казино, тотализаторы, любые азартные игры и пари.
4. Финансовые пирамиды.
5. Реклама политического характера, за исключением предвыборной агитации, размещение которой осуществляется с соблюдением всех требований.
6. Алкогольная и спиртосодержащая продукция.
7. Табак, табачная продукция, табачные изделия и курительные принадлежности, в том числе трубки, кальяны, сигаретная бумага, зажигалки, электронные сигареты, пепельницы, портсигары и комплектующие.
8. Лекарства, отпускаемые строго по рецепту, контрацептивы, отпускаемые по рецепту или применение которых требует наличия специальных знаний (спирали и т.п.)
9. Искусственное прерывание беременности.
10. Наркотические средства, психотропные вещества и средства их употребления.
11. Органы и (или) ткани человека в качестве объектов купли-продажи.

12. Оружие, в том числе оружие самообороны, спортивное, охотничье и сигнальное оружие.
13. Нелегальное программное обеспечение, книги, музыка или фильмы.
14. Подделки (копии, реплики) товаров.
15. Колдовство, целительство и т.п.
16. Продукция и услуги эротического характера.
17. Продажа услуг по SMS, платные подписки.
18. Реклама услуг по подготовке и написанию выпускных квалификационных работ, научных докладов об основных результатах подготовленных научно-квалификационных работ (диссертаций) и иных работ, предусмотренных государственной системой научной аттестации или необходимых для прохождения обучающимися промежуточной или итоговой аттестации.

## Допуск с ограничениями

Перечень некоторых товаров и услуг, ограничения рекламы которых установлено законодательством. Если рекламируемый товар, или услуга принадлежит к данной категории, мы можем потребовать скан-копии документов, подтверждающих их соответствие законодательным нормам.

### 1. Интернет-магазины (дистанционная продажа)

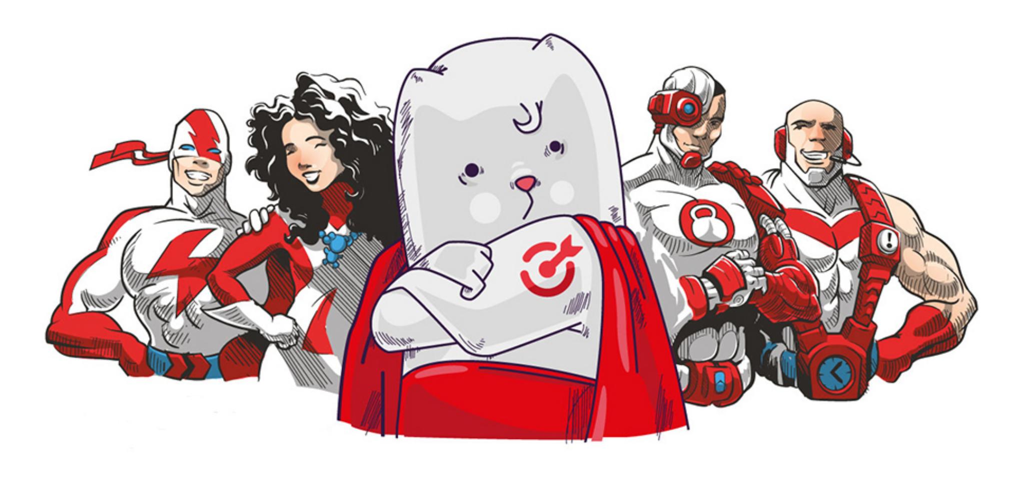
На сайте рекламодателя в разделе "Контакты", а также в рекламных материалах (в поле "Юридическая информация" или на самом баннере/видео, для формата "Карусель" — на первом слайде или на всех слайдах), в явном виде должны быть указаны сведения о продавце таких товаров:

- наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица;

- фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя;
- фамилия, имя, отчество, ИНН и адрес места оказания услуг для самозанятых.

Примеры размещения данных продавца:




Суперкоманда myTarget
ООО "Мэйл.Ру" ОГРН 1027739850962, г. Москва, Ленинградский проспект, д. 39, строение 79, БЦ «SkyLight»


ООО "Мэйл.Ру" ОГРН 1027739850962, г. Москва,
Ленинградский проспект, д. 39, строение 79,
БЦ «SkyLight»




## 2. Лекарственные средства, изделия медицинского назначения

2.1 До размещения рекламы в администрацию проекта необходимо предоставить скан-копии:

- инструкции по медицинскому применению;
- сертификата соответствия и (или) декларации о соответствии;
- регистрационное удостоверение (для изделий медицинского назначения).

Для препаратов, введенных в оборот **после 29.11.2019 года**, необходимо предоставить скан-копии:

- инструкции по медицинскому применению
- регистрационного удостоверения

- паспорта (сертификата) производителя о соответствии серии (партии) лекарственного препарата требованиям нормативной документации

- подтверждения уполномоченного лица производителя лекарственных средств (для препаратов, произведенных на отечественных производственных площадках) или ответственного лица организации, осуществляющей ввоз лекарственного препарата в Российскую Федерацию и уполномоченной иностранным производителем лекарственных средств, соответствия ввозимого лекарственного препарата требованиям, установленным при его государственной регистрации.

2.2 Реклама лекарственных средств, изделий медицинского назначения не должна:

- обращаться к несовершеннолетним

- содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования;

- содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования;

- создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования;

- содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;

- способствовать созданию у здорового человека впечатления о необходимости применения объекта рекламирования (кроме лекарственных средств, применяемых для профилактики заболеваний);
- создавать впечатление ненужности обращения к врачу;
- гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий;
- представлять объект рекламирования в качестве биологически активной добавки и пищевой добавки или иного не являющегося лекарственным средством товара;
- содержать утверждения о том, что безопасность и (или) эффективность объекта рекламирования гарантированы его естественным происхождением.

2.3 Реклама лекарственных препаратов в формах и дозировках, отпускаемых по рецептам на лекарственные препараты, а также медицинских изделий, для использования которых требуется специальная подготовка, запрещена.

2.4 Дистанционная продажа лекарств запрещена.

## 3. Медицинская деятельность (мед. учреждения)

3.1 До размещения рекламы в администрацию проекта необходимо предоставить скан-копии лицензии на осуществление медицинской деятельности и приложения к ней;

3.2 Реклама медицинской деятельности не должна:

- содержать ссылки на конкретные случаи излечения от заболеваний, улучшения состояния здоровья человека в результате применения объекта рекламирования;

- содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с использованием объекта рекламирования;

- создавать представление о преимуществах объекта рекламирования путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации объекта рекламирования;

- содержать утверждения или предположения о наличии у потребителей рекламы тех или иных заболеваний либо расстройств здоровья;

- гарантировать положительное действие объекта рекламирования, его безопасность, эффективность и отсутствие побочных действий.

В некоторых случаях для прохождения модерации необходимо предоставить гарантийное письмо о том, что размещение и содержание рекламных материалов не нарушает действующее законодательство Российской Федерации, в том числе ФЗ "О рекламе".

## 4. Биологически активные добавки, пищевые добавки, продукты детского питания

4.1 До размещения рекламы в администрацию проекта необходимо предоставить скан-копии:

- сертификации соответствия;

- свидетельство о регистрации.

4.2 Реклама биологически активных добавок, пищевых добавок, продуктов детского питания не должна:

- создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами;
- содержать ссылки на конкретные случаи излечения людей, улучшения их состояния в результате применения таких добавок;
- содержать выражение благодарности физическими лицами в связи с применением таких добавок;
- побуждать к отказу от здорового питания;
- создавать впечатление о преимуществах таких добавок путем ссылки на факт проведения исследований, обязательных для государственной регистрации таких добавок, а также использовать результаты иных исследований в форме прямой рекомендации к применению таких добавок.

4.3 Реклама продуктов детского питания не должна представлять их в качестве полноценных заменителей женского молока и содержать утверждение о преимуществах искусственного вскармливания детей.

4.4 Реклама продуктов, предназначенных для использования в качестве заменителей женского молока, и продуктов, включенных в рацион ребенка в течение его первого года жизни, должна содержать сведения о возрастных ограничениях применения таких продуктов и предупреждение о необходимости консультаций специалистов.

## 5. Финансовые услуги

## 5.1 Банковские, страховые и иные финансовые услуги

5.1.1 Реклама должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

5.1.2 Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг не должна:

- содержать гарантии или обещания в будущем эффективности деятельности (доходности вложений), в том числе основанные на реальных показателях в прошлом, если такая эффективность деятельности (доходность вложений) не может быть определена на момент заключения соответствующего договора;
- умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получат воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

5.1.3 Кредиты: если реклама содержит хотя бы одно условие, влияющее на их стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие фактическую стоимость кредита для заемщика и влияющие на нее.

## 5.2 Управление и доверительное управление активами (ценными бумагами, инвестиционными резервами акционерных инвестиционных фондов, паевыми инвестиционными фондами, пенсионными резервами негосударственных пенсионных фондов, средствами

## пенсионных накоплений, ипотечным покрытием, накоплениями для жилищного обеспечения военнослужащих)

5.2.1 Реклама управления и доверительного управления активами должна содержать:

- источник информации, подлежащей раскрытию в соответствии с федеральным законом;
- сведения о месте или об адресе (номер телефона), где до заключения соответствующего договора заинтересованные лица могут ознакомиться с условиями управления активами, получить сведения о лице, осуществляющем управление активами, и иную информацию, которая должна быть предоставлена в соответствии с федеральным законом и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации.

5.2.2 Реклама управления и доверительного управления активами не должна содержать:

- документально не подтвержденную информацию, если она непосредственно относится к управлению активами;
- информацию о результатах управления активами, в том числе об их изменении или о сравнении в прошлом и (или) в текущий момент, не основанную на расчетах доходности, определяемых в соответствии с нормативными правовыми актами федерального органа исполнительной власти в области финансовых рынков, а в случаях, установленных федеральным законом, - определяемых в соответствии с нормативными правовыми актами Центрального банка Российской Федерации;
- информацию о гарантиях надежности возможных инвестиций и стабильности размеров возможных доходов или издержек, связанных с указанными

инвестициями;

- информацию о возможных выгодах, связанных с методами управления активами и (или) осуществлением иной деятельности;
- заявления о возможности достижения в будущем результатов управления активами, аналогичных достигнутым результатам.

## 5.3 Не допускается реклама, связанная с привлечением денежных средств физических лиц для строительства жилья, за исключением рекламы, связанной с привлечением денежных средств на основании договора участия в долевом строительстве, рекламы жилищных и жилищно-строительных кооперативов, рекламы, связанной с привлечением и использованием жилищными накопительными кооперативами денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений.

Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте и способах получения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом.

Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, не допускается:

- до выдачи в установленном порядке разрешения на строительство многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, опубликования в средствах массовой информации и (или) размещения в информационно-телекоммуникационных сетях общего пользования (в том числе в сети "Интернет") проектной декларации, государственной регистрации права

собственности или права аренды на земельный участок, предоставленный для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости, в составе которых будут находиться объекты долевого строительства.

- в период приостановления в соответствии с федеральным законом деятельности застройщика, связанной с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирного дома и (или) иного объекта недвижимости.

## 5.4 Реклама, связанная с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений, должна содержать:

- информацию о порядке покрытия членами жилищного накопительного кооператива понесенных им убытков;
- сведения о включении жилищного накопительного кооператива в реестр жилищных накопительных кооперативов;
- адрес сайта в информационно-телекоммуникационной сети общего пользования (в том числе в сети "Интернет"), на котором осуществляется раскрытие информации жилищным накопительным кооперативом.
- В рекламе, связанной с привлечением и использованием жилищным накопительным кооперативом денежных средств физических лиц на приобретение жилых помещений, не допускается гарантировать сроки приобретения или строительства таким кооперативом жилых помещений.

## 6. Социальная реклама

Социальная реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

В социальной рекламе не допускается упоминание о конкретных марках (моделях, артикулах) товаров, товарных знаках, знаках обслуживания и об иных средствах их индивидуализации, о физических лицах и юридических лицах, за исключением случаев, предусмотренных законодательством. В социальной рекламе, распространяемой через Интернет, продолжительность упоминания о спонсорах должно составлять не более чем пять процентов рекламной площади (пространства). Эти ограничения не распространяются на упоминания в социальной рекламе об органах государственной власти, иных государственных органах, органах местного самоуправления, о муниципальных органах, которые не входят в структуру органов местного самоуправления, о социально ориентированных некоммерческих организациях, а также о физических лицах, оказавшихся в трудной жизненной ситуации или нуждающихся в лечении, в целях оказания им благотворительной помощи.

## 7. Реклама средств, методов и услуг по снижению веса

Для того, чтобы рекламировать в myTarget средства, методы и услуги по снижению веса, необходимо:

- заключить с myTarget договор от юридического лица и оплачивать рекламу со счета юридического лица.
- иметь все необходимые разрешительные документы (лицензии, сертификаты). Лицензии и сертификаты должны быть выданы на юрлицо, заключившее с

myTarget договор.

## 8. Ювелирные и другие бытовые изделия из драгоценных металлов и природных драгоценных камней, а также лом таких изделий

До размещения рекламы в администрацию проекта необходимо предоставить скан-копии свидетельства о постановке продавца на специальный учет в пробирной палате.

С полным перечнем условий ограничения, а также с полным списком товаров и услуг, реклама которых подлежит ограничению, вы можете ознакомиться в Законе о рекламе.

## 9. Реклама стимулирующих мероприятий (лотереи, конкурса, игры и т.п.) ст. 9 ФЗ «О рекламе»

Под стимулирующим мероприятием понимается - проведение лотереи, конкурса, игры или иного подобного мероприятия, условием участия в которых является приобретение определенного товара или услуги.

В рекламных материалах, сообщающих о проведении стимулирующего мероприятия должны быть указаны:

1) сроки проведения такого мероприятия;

2) источник информации об организаторе такого мероприятия, правилах его проведения, количестве призов или выигрышей по результатам такого мероприятия, сроках, месте и порядке их получения.

До размещения рекламы в администрацию проекта необходимо предоставить Правила проведения стимулирующих мероприятий (либо ссылку на Правила).

Сроки проведения стимулирующего мероприятия должны указываться в формате дд.мм.гг.

## 10. Знакомства

Реклама знакомств пользователям моложе 18 лет запрещена.

## 11. Реклама игр

1. При рекламе игры в объявлении должно быть указано название игры (в тексте или на изображении).

2. При рекламе игры обязательно должны быть указаны возрастные ограничения.

3. Изображение должно быть из рекламируемой игры.

## 12. Брокерская и дилерская деятельность

Согласно ФЗ «О рынке ценных бумаг», с 1 января 2016 года осуществление брокерской/дилерской деятельности на территории РФ возможно только после вступления в СРО (выдается свидетельство) и получения лицензии ЦБ РФ (лицензия на осуществление брокерской/дилерской деятельности; лицензия на осуществление деятельности по ценным бумагам - в зависимости от осуществляемой форекс-дилером деятельности соответственно). Для

прохождения модерации предоставьте данные документы в администрацию проекта.

## Требования к объявлениям

### 1. Требования к заголовку и тексту объявления

1.1 Заголовок и текст объявления составляются на грамотном русском языке без ошибок, опечаток и сокращений (исключая общепринятые сокращения).

- *Исключение могут составлять слова (словосочетания) на иностранном языке, если эти слова (словосочетания) являются общеупотребимыми аббревиатурами (например, USB, ADSL), или товарными знаками / знаками обслуживания (например, Danone, iPhone). Если товарный знак (знак обслуживания) не носит общеупотребимого характера, то до размещения рекламы в администрацию проекта необходимо предоставить скан-копию свидетельства о регистрации товарного знака.*

1.2 Заголовок объявления не должен завершаться точкой.

1.3 Текст объявления должен соответствовать тематике рекламируемого сайта и описывать суть рекламного предложения.

1.4 В тексте объявления не должно содержаться жаргонизмов, сленга, выражений оскорбительного характера, нецензурного содержания, нарушающих законодательство РФ, или предназначенных «только для взрослых», а также упоминание трагических событий (например: убийство, смерть, теракт).

1.5 Текст объявления не может быть продолжением заголовка.

1.6 Для использования в тексте объявления ФИО людей, необходимо предоставить заверенную скан-копию разрешения от них.

1.7 Запрещается использовать:

- специальные символы, написание в р а з р я д к у, набирать слова ЗАГЛАВНЫМИ буквами. Исключение составляют зарегистрированные товарные знаки, общепринятые аббревиатуры, состоящие из начальных букв сокращенных слов («КАСКО», «НИИ» и т.п.);
- слова-усилители, не несущие смысловой нагрузки, такие как: «Шок», «Сенсация», «Хит» и т.п.
- номера телефонов, e-mail адресов, почтовых адресов, номеров icq или других систем онлайн-пейджинга;
- восклицательный знак более 1 раза в одном объявлении;
- намеренные повторы слов и фраз в тексте объявления;
- обращение по фамилии, имени, отчеству;
- html-код;
- запрещается использовать формулировки от первого лица.

1.8 Условия использования призывов к действию:

Призыв может однозначно и корректно характеризовать, что необходимо сделать пользователю после перехода по объявлению (например, «Узнать подробности», «Купить сейчас»),

- запрещается использовать некорректные формулировки, принуждать пользователя к совершению действия (например, «Кликай сюда», «Убей их всех», «Я жду»).

1.9 Условия использования слов в превосходной степени:

- для того, чтобы можно было использовать в тексте объявления слова в превосходной степени («лучший», «самый», «номер один», «единственный эффективный» и т. п.), пользователь должен прислать модераторам документ, составленный авторитетной сторонней организацией, подтверждающий заявленные свойства товара или услуги. Также этот документ должен быть опубликован на рекламируемом сайте

1.10 Запрещается создавать дубликаты объявлений в рамках одной рекламной кампании. Дубликатом считается объявление, состоящее из заголовка, текста, картинки и рекламируемой ссылки, идентичное уже имеющемуся в данной рекламной кампании.

## 2. Требования к изображению в объявлении

2.1 Изображение должно соответствовать тексту объявления и тематике рекламируемого сайта;

2.2 Запрещаются к использованию изображения:

- имитирующие фирменный стиль/логотип площадки, элементы интерфейса;
- раздражающие глаза;
- содержащие откровенные, пугающие или эстетически неприемлемые изображения (в т. ч. обнажённые или вызывающе одетых людей, болезней,

увечий, катастроф и т. д.);

- изображения алкогольной (в т. ч. пива) или табачной продукции или процесса употребления такой продукции;
- защищенные авторским правом (без разрешения правообладателя);
- флаги, гербы, ордена, символы и знаки муниципальных образований, религиозные символы;
- фотографии или изображения публичных людей — известных музыкантов, писателей, спортсменов, ведущих и др. без их персонального письменного разрешения;
- материалы, оскорбляющие культурные или религиозные чувства;
- низкого качества;
- интернет-мемы.

2.3 При использовании текста в изображении запрещены нечитаемые и раздражающие надписи, в том числе на ярком фоне. Текст должен занимать не более 50% от общей площади изображения.

2.4 При рекламе мобильных приложений изображение должно являться графикой рекламируемого приложения. Логотип магазина мобильных приложений должен совпадать с выбранным таргетингом.

2.5 Изображение должно занимать всю отведенную площадь.

## 3. Требования к ссылке в объявлении

3.1. В ссылке должна быть указана собственная целевая страница рекламодателя (рекламируемый сайт). Редиректы (перенаправление) на другие страницы, в том числе мета-редиректы и трафикбэк, запрещены. Также запрещены не серверные редиректы. Использование сторонних сокращателей запрещено.

3.2 Ссылка не должна вести:

- на стороннюю социальную сеть;
- на закрытое сообщество/группу;
- на адрес электронной почты, или файл (включая изображения, аудио- или видеозаписи и документы, которые можно запустить только с помощью дополнительных приложений)

3.3. В случае, если ссылка ведет на сайт, составленный на языке, отличном от языка на котором составлено объявление, в тексте объявления необходима информация об этом.

3.4 Для рекламы мобильных приложений в url допускаются только безопасные ссылки. Все редиректы и все лендинги должны быть https://

## Требования к рекламируемым сайтам

1. Доступность для просмотра: рекламируемая страница/сайт должны корректно открываться в браузере и не содержать ошибок скриптов и программ.

2. Не допускается реклама страниц/сайтов:

- находящихся в стадии разработки
- содержащих сообщения об ошибке
- создающих пользователю затруднения выхода с рекламируемой страницы/сайта (например, блокирование кнопки "назад" в браузере пользователя)
- использующих всплывающие окна (включая окна, запускающие загрузку), показываемых при переходе на рекламируемую страницу/сайт, или при выходе с неё;
- являющихся дорвеями (страницами, созданными с целью перенаправления посетителей на другой сайт);
- основной целью которых является показ рекламы;
- содержащих HTML-фреймы, в которых представлен контент других ресурсов;
- являющихся клонами (содержащими контент полностью или значительно копирующий контент сайта из другого домена).

3. Запрещается подменять содержание сайта после прохождения модерации.

4. myTarget поддерживает редиректы основных систем учёта статистики для мобильной рекламы, а так же ряда партнерских программ. Если вы хотите использовать редирект, который не поддерживается нашим сервисом, свяжитесь с нашей службой поддержки.

5. В мобильной рекламе запрещается рекламировать мобильные приложения, размещенные на сторонних ресурсах, кроме как в Google Play, App Store или в

магазине Windows Phone.

6. Запрещено использовать js и meta редиректы.

## Требования к рекламируемым группам

Рекламные материалы, предназначенные для рекламы групп не должны:

- выглядеть как реклама конкретных товаров, а не самой группы;
- содержать на изображении надписи «купить», «заказать» и т.п.

Запрещено использовать группу в качестве транзитной страницы для продажи товаров на сторонних ресурсах.

## Обеспечение безопасности и лояльности пользователей

В myTarget не допускается реклама, которая может нанести вред пользователям, негативно повлиять на их лояльность или на репутацию площадок.

1. Ввод пользователей в заблуждение

Не допускается реклама, которая может вводить потребителей в заблуждение относительно потребительских свойств, качества и количества товаров, содержащая ложные сведения или некорректные сравнения с товарами других производителей/продавцов. В том числе:

- обещающая необоснованный, неправдоподобный или нереалистичный эффект от использования предлагаемых товаров и услуг;
- содержащая нереалистичные, антинаучные утверждения;
- использующая ссылки на результаты научных исследований при фактическом отсутствии таких исследований;
- заявляющая о наличии лицензии, государственной аккредитации, регистрации и т.п. при их отсутствии.

2. Защита личной информации пользователей

Запрещается реклама ресурсов, созданных с целью получения контактных данных пользователей (например, под видом заполнения анкет, опросов, тестов, получения призов, просмотра или загрузки видео и т.п.).

3. Защита безопасности пользователей

Запрещается реклама:

- ресурсов, с которых на компьютер посетителя устанавливается вредоносное программное обеспечение, а также сайтов, которые не проходят проверки безопасности браузеров IE, Firefox, Opera, Safari, Chrome;
- вредоносного программного обеспечения, использующего компьютеры пользователей или сетевые ресурсы для нарушения работоспособности, хищения информации, рассылки спама, совершения мошеннических действий и распространения вредоносного программного обеспечения;
- сайтов, самостоятельно принимающих оплату от пользователей через SMS, или запрашивающих телефонные номера пользователей;

- сайтов, осуществляющих сбор конфиденциальной информации о пользователе без его согласия.

4. Лояльность пользователей

Объявление и рекламируемый сайт не должны содержать информацию, которая:

- может вызывать негативную реакцию пользователей;
- порочит честь, достоинство и деловую репутацию граждан или организаций.

Реклама информационной продукции (в т.ч. СМИ, фильмов, книг, телеканалов и радиостанций, веб-сайтов) в случае соответствующего требования применимого законодательства должна сопровождаться указанием возрастной категории лиц, для которых она предназначена (согласно законодательству Российской Федерации: «0+», «6+», «12+», «16+», «18+»). Рекламодатель гарантирует проведение классификации информационной продукции и указание возрастной категории в соответствии с результатами такой классификации. Рекламодатель несет ответственность за правильное определение возрастной категории рекламируемой им информационной продукции.

Запрещается работа с графическим интерфейсом myTarget при помощи скриптов и иных средств автоматизации. Для автоматизации управления рекламой необходимо использовать API сервиса. Количество активных рекламных объявлений на аккаунте должно соответствовать разумной достаточности, либо необходимо поддерживать соответствующий денежный баланс аккаунта.

## Правила оказания услуги «Быстрая продажа»

Настоящий документ описывает правила, условия и порядок оказания рекламной услуги Быстрая продажа, предлагаемой сервисом myTarget (далее –



«Услуга»). Значение некоторых терминов, используемых в настоящем документе, раскрывается в Лицензионном соглашении сервиса Юла (которое доступно по ссылке https://help.mail.ru/youla/rules/license и Оферте сервиса myTarget (которая доступна по ссылке https://target.my.com/doc/offer/).

1. Условием оказания Услуги является ознакомление и полное согласие Продавца с условиями Оферты сервиса myTarget (которая доступна по ссылке https://target.my.com/doc/offer/).

2. Услуга является платной, реализуется посредством функциональных возможностей сервиса myTarget и представляет собой увеличение числа показов Объявления по сравнению с базовым числом показов, доступных Продавцу при размещении Объявления в Сервисе Юла. Объем Услуги зависит от выбранного Продавцом тарифа и функциональных возможностей сервиса Юла.

3. Оказание Услуг происходит путем совершения Показов на выделенных для этого местах внутри сервиса Юла(далее соответственно «Площадка» и «Место показа»). Выбор Площадки, зависит от тарифного плана, который выбирает Продавец (т.е. автор Объявления) в Личном кабинете (на странице подключения Услуги).

4. К возможным Местам показа относятся лента товаров (главная страница сайта или раздел в отдельной категории товара на сайте), а также результаты поисковой выдачи по запросу Покупателя, которого может заинтересовать покупка Товара, в отношении которого подключена Услуга.

5. Алгоритм показа Объявлений, в отношении которых подключена Услуга, определяется сервисом myTarget (https://target.my.com/). В частности, аудитория для показа Объявлений определяется на основе геопозиции, интересов и истории покупок Покупателя, просматривающего ленту сервиса Юла.

6. Частота Показа Объявлений на Месте показа определяется сервисом Юла и может отличаться в приложении Юла для мобильных устройств, на сайте

https://youla.ru/ и приложении Юла на сайте Одноклассники (https://ok.ru/).

7. Услуга может быть доступна только в отношении тех Объявлений, которые полностью соответствуют Правилам сервиса Юла, которые доступны на ссылке https://help.mail.ru/youla/rules, а также требованиям применимого законодательства.

8. Компания начинает оказывать услуги Продавцу с момента получения Компанией оплаты Услуги в соответствии с выбранным Продавцом тарифом и успешного прохождения Объявления модерации сервисом Юла.

9. На время, пока Объявление Продавца, в отношении которого подключена Услуга, неактивно (по причине временной блокировки или снятии Продавцом Объявления с публикации), оказание Услуги приостанавливается и возобновляется после повторной активации Объявления. Но в любом случае общий срок оказания Услуги, включая время блокировки/снятия с публикации Объявления Продавцом, прекращается с момента продажи товара по Объявлению, снятия Объявления с публикации и/или внесения изменений в уже опубликованное Объявление (в части категории товара и/или региона), и не может превышать 30 дней с момента подключения Услуги.

10. В случае блокировки Объявления модерацией Сервиса Юла по причине его несоответствия Правилам Сервиса и/или требованиям применимого законодательства, Объявление снимается с размещения.

11. Объем и содержание Услуги, а также настоящие Правила могут меняться Компанией в любое время без предварительного уведомления Продавца, если иное прямо не предусмотрено применимым законодательством. Изменения вступают в силу с даты публикации новой редакции Правил. Продавец обязуется самостоятельно проверять настоящие Правила на предмет внесения в них изменений и дополнений.

# Правила показа рекламных материалов

1. Показ рекламных материалов осуществляется в соответствии с заданными Рекламодателем настройками в случае победы Рекламодателя в аукционе.

2. Показ рекламных материалов на рекламных местах может сопровождаться пометкой: "myTarget", значком myTarget, "Реклама". В связи с техническими ограничениями пометка может быть сокращена либо отсутствовать.




Значок myTarget

3. Рекламные материалы могут содержать предоставленные Рекламодателем изображения при условии соответствия таких изображений Правилам модерации и наличия у Рекламодателя прав на использование таких изображений в рекламных материалах. При этом, по техническим причинам отображение изображения в рекламном материале может быть неполным (демонстрироваться в обрезанном виде), может быть частично закрыто другими элементами рекламного материала либо изображение может отсутствовать полностью. Рекламодатель с этим соглашается и принимает на себя все гарантии и обязательства, предусмотренные Офертой.

Мэйл.Ру не гарантирует, что показ рекламного материала будет осуществлен с отображением включенного в него изображения. Показ рекламного материала считается осуществленным надлежащим образом (в соответствии с предоставленными Рекламодателем материалами и информацией и определенными им условиями размещения) вне зависимости от отображения при показе рекламного материала выбранного Рекламодателем изображения.

**Рекламодателям — Помощь рекламодателям по работе с myTarget**

Список страниц помощи для прямых рекламодателей

**Сколько времени занимает модерация — Помощь рекламодателям**

Модерация объявлений осуществляется 12 часов в сутки (с 9:00 до 21:00). В ночное время модерация не производится.

**Перемодерация — Помощь рекламодателям по работе с myTarget**

Если причина отказа связана не с контентом, а с другими причинами (например, с временной недоступностью сайта), то вы можете